



MADDE BAĞIMLILIĞI KONULU KAMU SPOTLARININ LİSE ÖĞRENCİLERİNCE DEĞERLENDİRİLMESİ*

*Süleyman BALCI***

*Hakan GÜLVEREN****

*Melek BALCI*****

ÖZET

Bağımlılık yapan madde çeşitlerinin giderek artması ve ulaşım imkânlarının çok kolay hale gelmesinden dolayı bağımlılıkla mücadele, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de önemsenen bir konu haline gelmiştir. Madde bağımlılığının bireyler üzerinde ruhsal, biyolojik ve fiziksel etkileri olduğu gibi toplum üzerinde de derin kaygılara sebep olduğu bilinmektedir. Çok çeşitli argümanlarla gerçekleştirilen bağımlılıkla mücadele yöntemlerinden biri de kamu spotlarıdır. Bu çalışmanın amacı lise öğrencilerinin madde bağımlılığı konulu kamu spotlarına yönelik görüşlerini farkındalık, etkililik ve öneri bakımından değerlendirebilmektir. Araştırma Uşak ilinde yürütülmüş olup, Uşak Anadolu Lisesinde eğitim gören 356 öğrenci çalışmanın örneklemini olarak belirlenmiştir. Çalışmanın verileri araştırmacı tarafından geliştirilen ölçek ve yarı yapılandırılmış görüşme formu ile elde edilmiştir. Geliştirilen ölçek “farkındalık” boyutu 9 soru, “etkililik” boyutu 16 soru ve “öneri ve değerlendirme” boyutu 9 soru olmak üzere toplam 34 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin değeri .81, Bartlett testi anlamlılık değeri .00 ve Cronbach-alpha iç tutarlılık katsayısının ise .91 olduğu bulunmuştur. Ölçekten elde edilen veriler t-testi, ortalamalar ve ANOVA teknikleri ile çözümlenirken, yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen veriler ise betimsel analiz tekniğiyle çözümlenmiştir. Çalışma sonucunda öğrencilerin, farkındalık ve etkililik boyutunda “kararsız” düzeyde iken, “öneri boyutunda “katılıyorum” düzeyinde oldukları; cinsiyet, sınıf, alan, yaş, sivil toplum kuruluşlarına üyelik ve düzenli spor yapp/yapmama değişkenlerine göre ise gruplar arasında belirgin bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kamu spotu, lise öğrencileri, eğitim, madde bağımlılığı, etkililik

* Bu çalışma 46. Ortaöğretim Öğrencileri Araştırma Projeleri Yarışması İzmir Bölge Finalinde Sergilenmiştir. Bu makale Crosscheck sistemi tarafından taranmış ve bu sistem sonuçlarına göre orijinal bir makale olduğu tespit edilmiştir.

** Doktora Öğrencisi, El-mek: dr.sbalci@gmail.com

*** Yrd. Doç. Dr. Uşak Üniversitesi, El-mek: hakangulveren@hotmail.com

**** Doktora Öğrencisi, El-mek: dr.melekbalci@gmail.com

ASSESSMENT OF THE PUBLIC SERVICE BROADCASTING ON SUBSTANCE ABUSE BY THE STUDENTS OF HIGH SCHOOL

STRUCTURED ABSTRACT

Introduction:

Public service announcement (PSA), can be defined as short films that are prepared in order to raise the awareness of audiences about the necessary issues and delivered to audiences with social media such as the internet, television and radio. PSA has been applied as the first time on television skits in 1980's without called as PSA, in Turkey. Emphasizing the importance of VAT and with the slogan "shopping voucher" which premiered television may be accepted as the first practice in this area (Kandemir, 2014). Next in the process PSA which is developed and enriched about the content has been used effectively and widely. The topics of substance abuse to be covered in a theme in the PSA, has begun with Law dated 2011 and No. 6112 (Resmi Gazete, 2011).

The concept of substance can be defined as the abusing objects when taken a certain extent that affect all body functions particularly nervous system of individual and rocked the root of family and social equilibrium, which has the economic dimension, which are prohibited by law (Kaçakçılık ve Organize Suçlar Raporu, 2003). Addiction may be expressed as excessive demands to any object, lack of responsiveness to give up, to react extremely when the absence of elements (Bektaş, 1991; Babaoğlu, 1997). It is regarded as an addiction behavior in the literature. A situation that sense of space which occur in individuals be tried to resolve by any objects and can no longer be controlled is the basis of behavior. In a sense addiction can be expressed in the form to be seized and emerges as a threat in every sense that includes negativity in both individual and society, and as a threat the future of the country (Işık ve Erdal, 2015). As we are about to complete the first quarter of the 21 Century, substance abuse has reached a serious risk dimension in our country as well as all over the world. Substance abuse among the young people is such an extent of high level so that it will need to take measures. When considering the fact that the age of onset of substance abuse is a very early age the desperate of the problem will be better understood.

Substance abuse issues seem to be a risk factor in Turkey as well as all over the world (Özmen ve Kubanç, 2013). Because lately in research, especially in the level of drug use among young people in puberty it was determined to be a very significant increase (Meclis Araştırma Komisyonu, 2008). Some of them can express succinctly as follows; under the coordination of Istanbul Police Department and the Provincial Directorate of National Education, a longitudinal study was conducted in 2010-2012 with 32,000 high school students. The results of study has been determined that 45 percent of the students smoke cigarette, 32 percent drink alcohol, and 9 percent use drugs. Another study conducted by the General Directorate of Security, "2014 Turkey Drug Report" shows that study of substance abuse has increased by

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015



17% compared to 2013, while deaths due to addiction increased by 4 times compared to the previous year (Kızılkoyun, 2014).

When considering the fact that the age of onset of substance abuse drops below 20s ages in Turkey, then it will be better understood the importance of combating addiction (Meclis Araştırma Komisyonu, 2008). Today fighting addiction is trying to be executed with a wide range of organizations and various arguments One of the arguments is PSA.

Aim:

In this study, it is aimed to evaluate the PSA which is one of the methods of struggle with substance abuse in terms of awareness, effectiveness and suggestions through the high school students.

Method:

The study population consists of students Usak Anatolia High School in Usak Province. To represent the universe and to tolerate the margin of error, 356 students have been identified as samples (Ural ve Kılıç, 2006). In this study semi-structured interview scale developed and formdata in accordance with the purpose of working in was collected. The three dimensional scale consists of 34 questions. 356 students applied scale factor analysis was conducted after the data entered into SPSS. The results showed that scale items combined at three factors and it has been found that the factor loadings of which is between .61-.83 and 65% explain the total variance. Developed scale consists of 34 items that "awareness" size 9 question, "effectiveness" size 16 questions and "advice and evaluation" size 9 questions. The scale of the Kaiser-Meyer-Olkin value was found as .81, Bartlett's test of significance value was found as .00 and Cronbach's alpha internal consistency coefficient was found as.91. Scale and semi-structured interviews were conducted with 28 students who are willing and volunteers from the group. The results obtained from the scale has been evaluated by analysis program named (SPSS.18). Verbal data obtained from semi-structured interviews were transcribed and analyzed by descriptive analysis method (Büyüköztürk, 2010).

Findings:

The effectiveness, awareness and recommendations of the PSA have been analyzed according to six variables. The findings obtained in the analysis are discussed separately below.

The findings derived from the scale used in the study

Students awareness and effectiveness dimension about PSA was determined "unstable" level and proposals size was determined" Agree "level.

The average scores of girls and boys according to gender to are close to one another; both groups awareness score was determined not differ significantly in size efficiency and recommendations.

Class (9, 10, 11 and 12) according to the level of the variable students while thinking almost the same size in the awareness and

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015

effectiveness, it was found that differences of opinion on the proposals size.

Age variables are not differ according to the size of the views of students on the awareness and effectiveness, the proposed size of age group 18 and 19 have the highest average that can be said it was affected by the impact of growth.

According field variable, awareness of students about effectiveness PSA is "unstable" level, the proposed size "partially agree," the level they were in; groups of equal was determined to have the highest average in all groups.

Being a member of non-governmental organizations, are not increasing students views on the awareness and effectiveness of the public spotlight. However, awareness and proposals size of students who are the member of non-governmental organizations have been found higher than the relatively non-members.

Thoughts on the effectiveness, suggestions and awareness of students who are active and sports regularly about PSA, are not separated from each other. In other words, students who sports think the same about these three properties. it can be found in the determination, sports do not change the thought of students.

The findings obtained from semi-structured interviews conducted under study

Interviews were conducted with 28 students who are willing and volunteers from the group. Firstly questions that "What are your suggestions and opinions to be more effective the PSA's, what do you think about how can they be more effective / beneficial?" directed to the students and answers were registered, new questions and answers were developed according to answers and registered. After that all entries have been transcribed, the statements coincide with each other separated, created for specific themes, themes presented to the expert opinion and the data obtained were analyzed with descriptive analysis after the necessary corrections. After analysing the results, students' views have been identified under headings "format" and "content". According to results obtained from the interviews the current PSA does not enhance the specific gaining in efficacy point, it was concluded that the proposal should be regulated in size taken up again in the format and content point. The obtained results are consistent with findings from the scale.

Discussion and implications:

The scale of the study has two dimensions, quantitative dimension is developed by the researchers, qualitative dimension is designed as a form of semi-structured interviews were conducted with students participating in the study. The analysis of the data obtained from the scale is determined as effectiveness of general awareness of high school students are in size "unstable" level, the proposed size are "agree" level. Scale derived from the overall results overlap with the results obtained from the dimensions. According to gender variables, it is very close to average of female and male students' points and each group's scores did not differ significantly in efficacy, awareness and

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015



proposal size. According to the class variables for students thought of PSA, they have nearly the same size in the effectiveness and awareness, it was determined that thought have differentiation in proposed size. According students' opinions about the PSA effectiveness and awareness of the variables are "unstable" it have been found that students partly participate in proposed size. It is determined that counterweight group is the most of the participants who are agree with proposals in suggestions size. To be members of the civil society organizations have been found not to increase the awareness and effectiveness of students' opinion about PSA. However, it has been determined that the average of the students who are member of civil society organizations are higher than the non-members in proposal and awareness and sizes. It has been reached that the thoughts of students who sports actively about PSA are not separated from each other in awareness, effectiveness and proposal sizes of PSA, in other words, it has been concluded that doing sports do not change the students' thinking so students think the same about these three characteristics. Overall, according to variables that the class, age, area, membership of civil society organizations and whether doing regular exercise or not, it is found there is no significant difference between groups.

As a result of descriptive analysis of semi-structured interviews, students expressed that PSAs issued substance abuse, should be reorganized on the format and content point. So the students stated that the format and content point to be more effective than existing PSAs and should be reorganized by doing to specific regulations.

The study conducted by Ünal et al (2013) results are inconsistent with the results of this study. The study conducted by Ünal et al (2013) 1434 high school students identified as samples and 7.2 % of the responders state that they have stopped smoking being influenced from PSA, %25,6 of the responders state that they reduce smoking being influenced from PSA. In this study students state that they are unstable about the efficiency of PSA.

Recommendations:

- It needs to be reorganized about "format" and "content" point in PSA.
- It should be preferred explaining / persuasion based content instead of intimidation content.
- Reasons should be focused instead of results and fiction must be created on this point.
- It should be interesting and beyond to be official statement.
- "Mandatory Public Service Announcement " will result in repelling to individual, instead of this concept another argument should be developed.
- A humorous presentation style may be more effective rather than intimidation.
- Playing famous people in the PSA can stand out more.
- Should not use heavy depressing themes and music.

Key Words: Public service broadcasting, high school students, education, substance abuse, effectiveness

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015



Giriş

Kamu spotları, gerekli görülen konularda ilgili kitleyi bilinçlendirmek ve yönlendirmek amacıyla hazırlanıp televizyon, radyo ve internet gibi sosyal medya ortamlarında kitlelere ulaştırılan kısa filmler olarak tanımlanabilir. Kamu spotu Türkiye’de ilk olarak 80’li yıllarda adına kamu spotu denilmeden televizyon skeçleriyle uygulanmaya başlanmıştır. KDV’nin önemine vurgu yapan ve “bir alışveriş bir fiş” sloganıyla televizyonlarda gösterime giren uygulama bu alanda ilk olarak kabul edilebilir (Kandemir, 2014). Sonraki süreçte ise geliştirilen ve içerik zenginleştirilmesine gidilen kamu spotları etkin ve yaygın olarak kullanılmaya başlanmıştır. Kamu spotlarında madde bağımlılığı konusunun bir tema kapsamında işlenmesine ise, 2011 tarihli ve 6112 sayılı kanun ile başlanmıştır (Resmi Gazete, 2011).

Madde kavramı, belli bir oranda alındığında bireyin başta sinir sistemi olmak üzere tüm vücut fonksiyonlarını etkileyen, ailevi ve sosyal dengeleri kökünden sarsan, ekonomik boyutu olan, kullanımı kanunlarla yasaklanmış olan bağımlılık yapan nesneler olarak tanımlanabilir (Kaçakçılık ve Organize Suçlar Raporu, 2003). Bağımlılık ise, herhangi bir nesneye karşı duyulan aşırı istek, vazgeçememe/bırakamama hali, alışılan unsurun yokluğunda veya eksikliğinde üst düzey tepki verme durumu olarak ifade edilebilir (Bektaş, 1991; Babaoğlu, 1997). Literatürde bağımlılık bir davranış biçimi olarak kabul edilmektedir. Bu davranışın temelinde, bireyde oluşan duygu boşluğunun herhangi bir nesneyle giderilmeye çalışılması ve bu durumun artık kontrol edilemez/önlenemez bir hale gelmesi yer almaktadır. Bir anlamda iradenin ipotek altına alınması şeklinde de ifade edilebilecek olan bağımlılık, gerek birey özelinde gerek toplum genelinde sonuçları itibarıyla içerisinde olumsuzluklar barındıran ve ülkelerin geleceğini her anlamda tehdit eden bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Işık ve Erdal, 2015). 21. yy’ın ilk çeyreğini tamamlamak üzere olduğumuz şu günlerde madde kullanımı tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de ciddi risk boyutuna ulaşmış durumdadır. Öyle ki gençler arasında madde kullanımı önlem almayı gerektirecek düzeydedir. Zira madde kullanımına başlama yaşı çok erken bir yaşa indiği gerçeği göz önüne alındığında problemin vahameti daha iyi anlaşılabacaktır.

Madde bağımlılığı konusu tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de bir risk faktörü olarak görünmektedir (Özmen ve Kubanç, 2013). Zira son dönemlerde yapılan araştırmalarda, özellikle de ergenlik çağındaki gençler arasında madde kullanım düzeylerinde çok ciddi bir artış olduğu belirlenmiştir (Meclis Araştırma Komisyonu, 2008). Bunlardan bazıları kısaca şu şekilde ifade edebilir; İstanbul Emniyet Müdürlüğü ve İl Milli Eğitim Müdürlüğü’nün koordinesinde, 2010-2012 yılları arasında 32.000 lise öğrencisiyle boylamsal bir çalışma yapılmıştır. Çalışma sonucunda her 100 öğrenciden 45’inin sigara, 32’sinin alkol, 9’unun ise uyuşturucu kullandığını sonucuna ulaşılmıştır. Yine Emniyet Genel Müdürlüğü tarafından yapılan, “2014 Türkiye Uyuşturucu Raporu” adlı çalışmada madde bağımlılığının 2013 yılına göre %17 oranında arttığı, bağımlılığa bağlı ölümlerin ise bir önceki yıla oranla 4 kat arttığı tespit edilmiştir (Kızılkoyun, 2014).

Ülkemizde madde kullanımına başlama yaşının 20’li yaşların altına düştüğü gerçeği göz önüne alındığında bağımlılıkla mücadelenin önemi daha iyi anlaşılabacaktır (Meclis Araştırma Komisyonu, 2008). Bağımlılıkla mücadele günümüzde çok çeşitli kurum ve değişik argümanlarla yürütülmeye çalışılmaktadır. Bu argümanlardan biri de kamu spotlarıdır. Madde bağımlılığı konusunda bireyleri bilinçlendirmeyi amaçlayan kamu spotlarının etkililik ve farkındalık noktasında durum tespiti yapabilmek ve yapılan tespitlerden hareketle öneriler sunabilmek bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır.

Çalışmanın Amacı

Bağımlılık yapan madde çeşitlerinin giderek artması ve ulaşım imkânlarının çok kolay hale gelmesinden dolayı bağımlılıkla mücadele, tüm dünyada olduğu gibi Türkiye’de de önemsenen bir

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015



konu haline gelmiştir. Hedef kitlesi gençler olan ama neticeleri itibariyle tüm toplumu etkileyen bağımlılığın bireyler üzerinde ruhsal, biyolojik ve fiziksel etkileri söz konusudur. Toplum için açık tehdit olan bağımlılıkla mücadele günümüzde çok çeşitli kurumlar ve değişik yöntemlerle yürütülmeye çalışılmaktadır. Kamu spotları da bu mücadele araçlarından biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu çalışmada, madde bağımlılığı ile mücadele yöntemlerinden biri olan kamu spotlarını lise öğrencileri gözünden farkındalık, etkililik ve öneri bakımından değerlendirebilmek amaçlanmıştır.

Yöntem

Lise öğrencilerinin bağımlılık konulu kamu spotlarına yönelik görüşlerini belirleyebilmek amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada tarama yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın evreni Uşak il merkezindeki Uşak Anadolu Lisesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Evreni temsil etmesi ve tolere edilebilir hata payı için 356 öğrenci örneklem olarak belirlenmiştir (Ural ve Kılıç, 2006). Araştırmada veriler hem yarı yapılandırılmış görüşme formu hem de çalışmanın amacına uygun olarak geliştirilen ölçek yardımıyla toplanmıştır. Ölçek üç boyutlu olup, 34 sorudan oluşmaktadır. Ölçeğin geliştirilme aşamasında ilgili literatür taranmış, madde havuzu oluşturulmuş, oluşturulan maddeler uzman görüşüne sunulmuş, uzman görüşü sonrası oluşan taslak ölçek ön uygulama kapsamında 341 öğrenciye uygulanmış, ön uygulama neticesinde son düzenlemeler yapılmış ve nihai ölçek uygulamaya hazır hale getirilmiştir.

356 öğrenciye uygulanan ölçeğin verileri SPSS programına girildikten sonra faktör analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda ölçek maddelerinin üç faktörde birleştiği, faktör yüklerinin .61-.83 arasında olduğu ve toplam varyansın % 65'ini açıkladığı tespit edilmiştir. Geliştirilen ölçek “farkındalık” boyutu 9 soru, “etkililik” boyutu 16 soru ve “öneri ve değerlendirme” boyutu 9 soru olmak üzere toplam 34 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin Kaiser-Meyer-Olkin değeri .81, Bartlett testi anlamlılık değeri .00 ve Cronbach-alpha iç tutarlılık katsayısının ise .91 olduğu bulunmuştur. Yarı yapılandırılmış görüşmeler ölçeğin uygulandığı gruptan gönüllü ve istekli olan 28 öğrenci ile gerçekleştirilmiştir. Ölçekten elde edilen sonuçlar (SPSS.18) adlı analiz programı ile değerlendirilmiştir. Yarı yapılandırılmış görüşmelerden elde edilen sözel veriler yazıya aktarılmış ve betimsel analiz yöntemi ile çözümlenmiştir (Büyüköztürk, 2010).

Bulgular

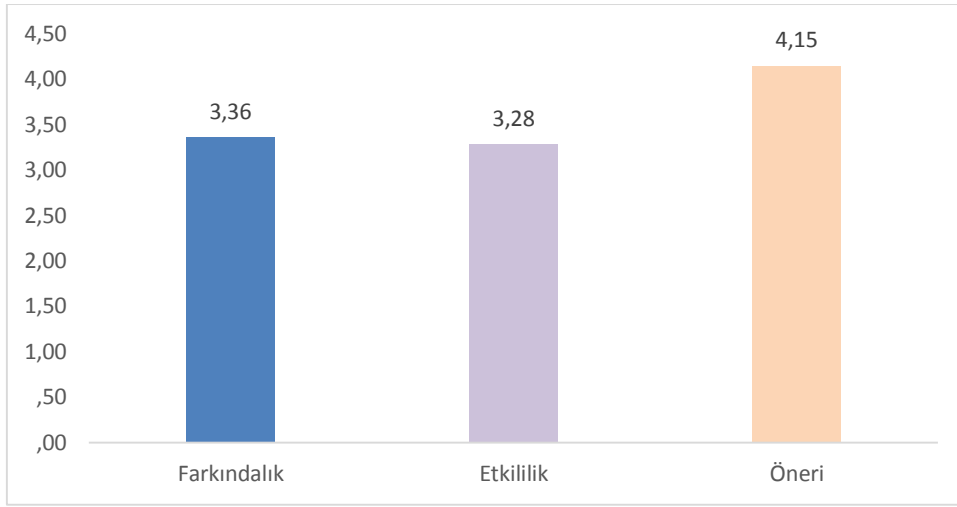
Elde edilen veriler analiz edildikten sonra ortaya çıkan bulgular ve bu bulgulara yönelik yorumlar aşağıda belirtilmiştir.

1. Bağımlılık Konulu Kamu Spotlarına Yönelik Değerlendirme Ölçeğinden Elde Edilen Bulgular ve Yorumlar

Tablo 1: Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutuna Ait Ortalamalar

Değişkenler	N	Ortalama	S.sapma	Karar
Farkındalık	356	3,36	,62	Kararsızım
Etkililik	356	3,28	,49	Kararsızım
Öneri	356	4,15	,61	Katılıyorum

Araştırmaya katılan 356 öğrencinin farkındalık düzeyinde verdikleri cevapların ortalaması $\bar{X}$ = 3,36, etkililik ortalaması $\bar{X}$ = 3,28 ve öneri ortalaması $\bar{X}$ = 4,15 olarak hesaplanmıştır. Kamu spotlarına yönelik öğrenciler, farkındalık ve etkililik boyutunda “Kararsız” düzeyde iken, “öneri boyutunda “Katılıyorum” düzeyinde oldukları görülmektedir.



Grafik 1 Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarına Ait Ortalamaların Dağılımı

Tablo 2: Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarının Cinsiyete Göre T-Testi Sonuçları

	Cinsi yet	N	Ortalama	S.sapma	sd	t	p
Farkındalık	Kız	197	3,42	0,54	354	2,104	,036
	Erkek	159	3,29	0,70			
Etkililik	Kız	197	3,32	0,42	354	1,757	,080
	Erkek	159	3,23	0,57			
Öneri	Kız	197	4,18	0,51	354	1,148	,252
	Erkek	159	4,11	0,71			

Tabloya göre farkındalık boyutunda, kız ve erkek öğrenciler arasında kızlar lehine ortalamalar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir [$t(354)=2,104$, $p<0,05$]. Kız öğrencilerin ($\bar{X}= 3,42$; “Kısmen Katılıyorum”) farkındalık düzeyleri erkeklere göre ($\bar{X}= 3,29$; “Kararsızım”) daha fazla olduğu söylenebilir.

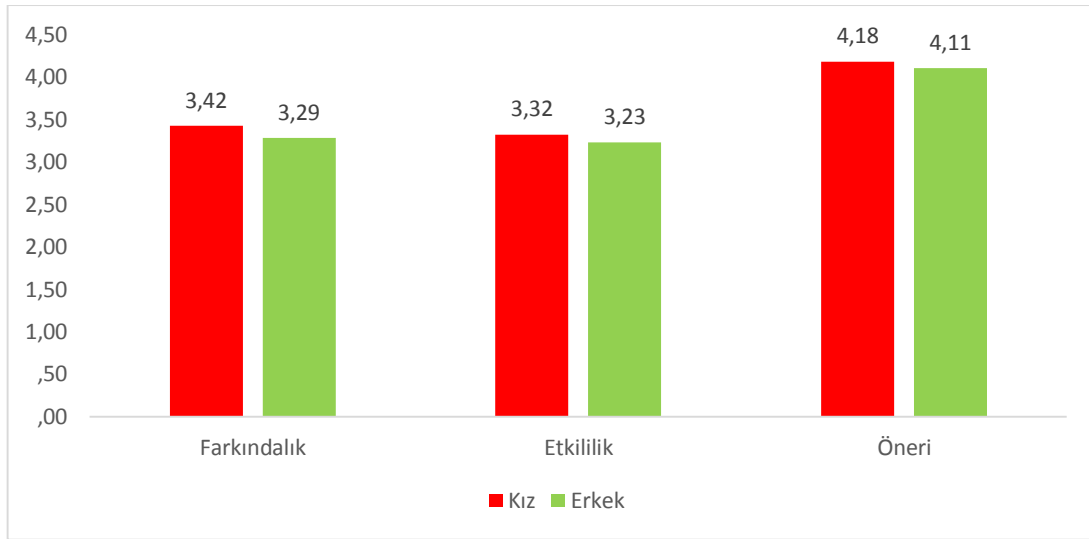
Etkililik boyutunda, kız ($\bar{X}= 3,32$; “Kısmen Katılıyorum”) ve erkek ($\bar{X}= 3,23$; “Kararsızım”) öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir [$t(354)=1,757$, $p>0,05$].

Öneri boyutunda, kız ($\bar{X}= 4,18$; “Kısmen Katılıyorum”) ve erkek ($\bar{X}= 4,11$; “Kısmen Katılıyorum”) öğrencilerin ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı fark olmadığı görülmektedir [$t(354)=1,148$, $p>0,05$]. Görüldüğü gibi kız ve erkek öğrencilerin puanlarının ortalamaları bir birine çok yakındır, her iki grubun puanları farkındalık, etkililik ve öneri boyutlarında belirgin biçimde farklılaşmamaktadır.

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015





Grafik 2 Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarını Cinsiyete Göre Ortalamaların Dağılımı

Grafik 2’de de görüldüğü gibi kız ve erkek öğrencilerin puanları ortalamaları bir birine çok yakındır, her iki grubun puanları farkındalık, etkililik ve öneri boyutlarında belirgin biçimde farklılaşmamaktadır.

Tablo 3: Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarını Sınıf Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

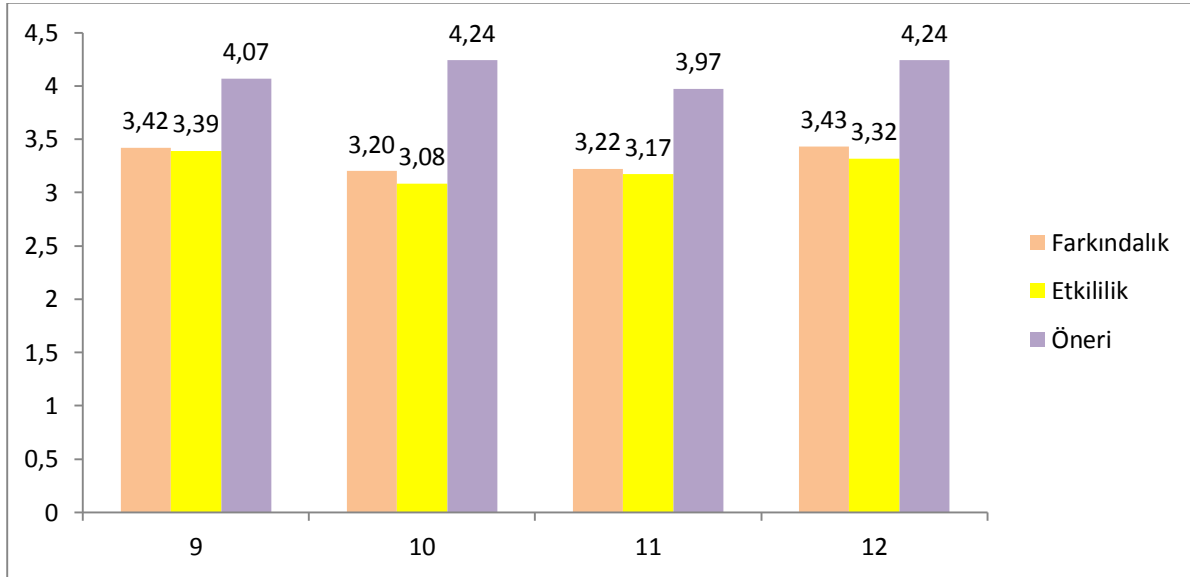
	Sınıf	N	Ortalama	S.sapma	sd	F	p	Anlamlı Fark
Farkındalık	9	57	3,42	,57	3/352	2,818	,039	12-11. sınıflar
	10	20	3,20	,76				
	11	86	3,22	,75				
	12	193	3,43	,55				
	Toplam	356	3,36	,62				
Etkililik	9	57	3,39	,37	3/352	4,109	,007	9-11. sınıflar
	10	20	3,08	,53				
	11	86	3,17	,62				
	12	193	3,32	,44				
	Toplam	356	3,28	,49				
Öneri	9	57	4,07	,51	3/352	4,765	,003	12-11. sınıflar
	10	20	4,24	,54				
	11	86	3,97	,81				
	12	193	4,24	,52				
	Toplam	356	4,15	,61				

Tabloya göre farkındalık boyutunda 12.sınıfların ortalaması $\bar{X}= 3,43$ (Kısmen Katılıyorum), 9.sınıfların ortalaması $\bar{X}= 3,42$ (Kısmen Katılıyorum), 11.sınıfların $\bar{X}= 3,22$ (Kararsızım) ve 10.sınıfların $\bar{X}= 3,20$ (Kararsızım) düzeyinde olduğu görülmektedir. Sınıf değişkenine göre ortalamalar arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark yoktur [$F(3,352)= 2,818$, $p<0,05$]. Buna göre 12 ve 11.sınıf öğrencilerinin kamu spotlarına yönelik farkındalık düzeylerinin

yüksek olduğu, 12.sınıf öğrencilerinin ise diğerlerine göre en üst düzeyde olduğu buna karşın, 9 ve 10.sınıf öğrencilerinin kamu spotlarına karşı farkındalıklarının iyi olmadığı söylenebilir.

Kamu spotlarının etkililiği konusunda öğrencilerin sınıflara göre ortalamaları 9.sınıf $\bar{X}=3,39$ (Kararsızım), 12.sınıf $\bar{X}=3,32$ (Kararsızım), 11.sınıf $\bar{X}=3,17$ (Kararsızım) ve 10.sınıf $\bar{X}=3,08$ (Kararsızım) biçiminde değişmektedir. En yüksek ortalamaya 9.sınıfların, en düşük ortalamaya da 10.sınıfların sahip olduğu görülmektedir. Bunun yanında ortalamalar arasında anlamlı fark olduğu tespit edilmiştir [$F(3,352)=4,109$, $p<0,05$]. Bu bulguya göre 9 ve 11. sınıflar kamu spotlarının etkili olduğunu düşünürken, 12 ve 10. sınıfların ise çok etkili olmadığını düşündükleri söylenebilir.

Öneri boyutunda öğrencilerin sınıflara göre ortalamaları 12.sınıf $\bar{X}=4,24$ (Kısmen Katılıyorum), 10.sınıf $\bar{X}=4,24$ (Kısmen Katılıyorum), 9.sınıf $\bar{X}=4,07$ (Kısmen Katılıyorum) ve 11.sınıf $\bar{X}=3,97$ (Kısmen Katılıyorum) biçiminde değişmektedir. Ortalamalar arasında farkın olduğu görülmektedir [$F(3,352)=4,765$, $p<0,05$]. Bu bulguya göre 12 ve 11. sınıflar kamu spotlarının etkililiğini ve farkındalığı artırmaya yönelik ileri sürülen önerilere, 9 ve 10. sınıflara göre daha fazla katıldıkları söylenebilir.



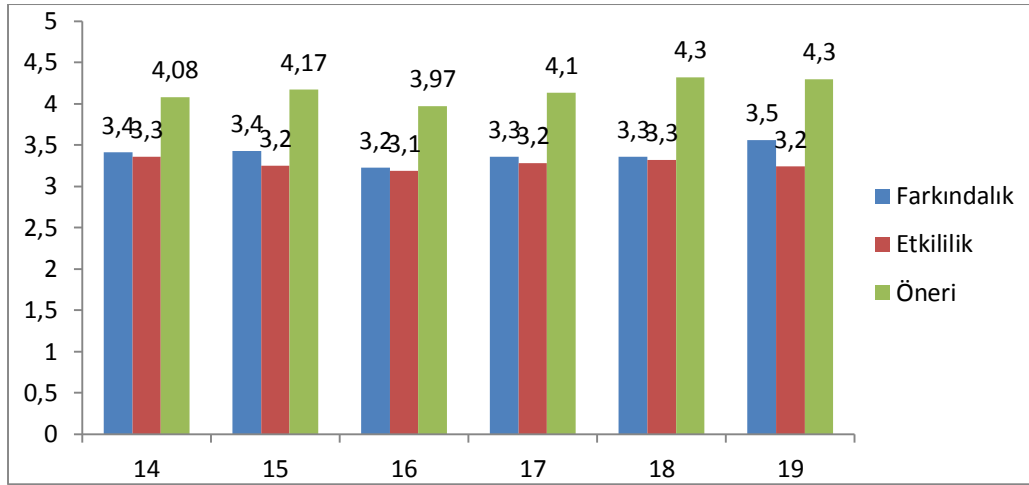
Grafik 3 Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarını Sınıflara Göre Ortalamaların Dağılımı

Tablo 4: Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarını Yaş Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

	Yaş	N	Ortalama	S.sapma	sd	F	p	Anlamlı Fark
Farkındalık	14	35	3,41	,48	3/352	,522	,760	Yok
	15	31	3,43	,75				
	16	33	3,23	,69				
	17	191	3,36	,64				
	18	60	3,36	,55				
	19	6	3,56	,35				
	Toplam	356	3,36	,62				
Etkililik	14	35	3,36	,38	3/352	,467	,801	Yok
	15	31	3,25	,48				
	16	33	3,19	,57				
	17	191	3,28	,51				
	18	60	3,32	,47				
	19	6	3,24	,23				
	Toplam	356	3,28	,49				
Öneri	14	35	4,08	,58	3/352	1,788	,115	Yok
	15	31	4,17	,43				
	16	33	3,97	,76				
	17	191	4,13	,64				
	18	60	4,32	,50				
	19	6	4,30	,65				
	Toplam	356	4,15	,61				

Tabloya göre ölçeğin farkındalık boyutunda en yüksek ortalamaya 19 yaşındaki öğrenciler sahipken ($\bar{X}$ = 3,56; “Kısmen Katılıyorum”), en düşük ortalamaya 16 yaş grubu ($\bar{X}$ = 3,23; “Kararsızım”) sahiptir. Ortalamalar arasında büyük bir fark olmadığı görülmektedir. Yapılan tek faktörlü varyans analizi sonucu da yaşa bağlı ortalamalar arasında istatistiki olarak anlamlı bir farkın olmadığını ortaya koymuştur [$F(3,352)= 0,522$, $p>0,05$]. Bu bulguya göre yaşın değişmesine karşın kamu spotlarına karşı farkındalık farklılaşmamaktadır. Yani 14 yaşındaki bir öğrenci kamu spotlarının ne kadar farkındaysa 19 yaşındaki öğrencide o kadar farkındadır.

Etkililik boyutunda yaş değişkeni dikkate alındığında öğrencilerin kamu spotlarının etkililiği konusunda “kararsız” oldukları görülmektedir ($\bar{X}$ = 3,28). En yüksek ortalamaya 14 yaş grubunun ($\bar{X}$ = 3,36; “Kararsız”), en düşük ortalamaya ise 16 yaş grubunun ($\bar{X}$ = 3,19; “Kararsız”) sahip olduğu görülmektedir. Ortalamalar arasındaki farkın çok küçük olduğu görülmektedir. Yapılan ANOVA testi sonucuna göre de ortalamalar arasında anlamlı bir fark bulunamamıştır [$F(3,352)= 0,467$, $p>0,05$]. Bu bulguya göre kamu spotlarının etkililiği konusunda yaşlara göre farklılaşma olmadığı, 14 yaşındaki öğrencinin düşüncesi ile 19 yaşında öğrencinin düşüncesinin benzer olduğu, bir birinden çok farklı düşünceye sahip olmadıkları söylenebilir.



Grafik 4 Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarını Yaşlara Göre Ortalamaların Dağılımı

Yaş değişkeni dikkate alınarak yapılan analizde, öneri boyutunda öğrencilerin ileri sürülen önerilere kısmen katıldıkları görülmektedir ($\bar{X}=4,15$; “Kısmen Katılıyorum”). Ölçekten elde edilen puanların ortalamalarına göre en yüksek ortalamaya 18 yaş grubu ($\bar{X}=4,32$; “Katılıyorum”), en düşük ortalamaya 16 yaş grubu ($\bar{X}=3,97$; “Kısmen Katılıyorum”) sahiptir. Yapılan ANOVA testi sonucuna göre yaş değişkenine bağlı ortalamalar arasında anlamlı bir farkın bulunmadığı görülmektedir [$F(3,352)=1,788$, $p>0,05$]. Bu bulguya göre kamu spotlarına ilişkin öneri boyutunda yaş değişkenine göre herhangi bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. 14 yaşındaki öğrencinin katıldığı veya reddettiği bir öneriyi, 19 yaşındaki öğrenci de kabul veya reddetmektedir denilebilir.

Tablo 5: Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarını Alan Değişkenine Göre ANOVA Sonuçları

	Alan	N	Ortalama	S.sapma	sd	F	p	Anlamlı Fark
Farkındalık	Eşit Ağırlık	145	3,52	,51	4/351	5,275	,000	Eşit Ağırlık-Sayısal
	Sayısal	107	3,21	,73				
	Sözel	16	3,24	,53				
	Dil	12	3,03	,37				
	Alan Yok	76	3,36	,63				
	Toplam	356	3,36	,62				
Etkililik	Eşit Ağırlık	145	3,36	,43	4/351	2,524	,041	Eşit Ağırlık-Sayısal
	Sayısal	107	3,19	,60				
	Sözel	16	3,16	,39				
	Dil	12	3,14	,39				
	Alan Yok	76	3,30	,44				
	Toplam	356	3,28	,49				
Öneri	Eşit Ağırlık	145	4,27	,49	4/351	3,187	,014	Eşit Ağırlık-Sayısal
	Sayısal	107	4,00	,78				
	Sözel	16	4,22	,60				
	Dil	12	4,11	,50				
	Alan Yok	76	4,11	,52				
	Toplam	356	4,15	,61				

Turkish Studies

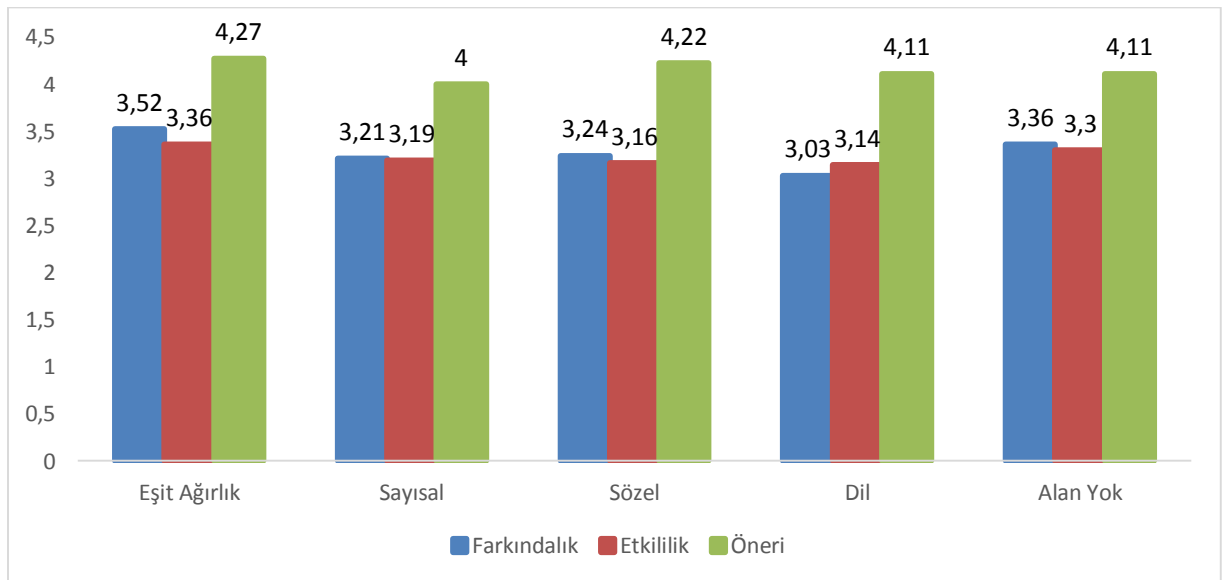
International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015



Öğrencilerin öğrenim gördükleri alanlar dikkate alınarak yapılan analiz sonuçlarına göre farkındalık boyutunda genel anlamda öğrencilerin kararsız oldukları ($\bar{X}= 3,36$; “Kararsız”) sonucuna ulaşılmıştır. En yüksek ortalamaya eşit ağırlık bölümü öğrencilerinin ($\bar{X}= 3,52$; “Kısmen Katılıyorum”), en düşük ortalamaya ise dil bölümü öğrencilerinin ($\bar{X}= 3,03$; “Kararsız”) sahip olduğu görülmektedir. Yapılan ANOVA testi sonucuna göre eşit ağırlık ve sayısal bölümü öğrencilerinin ortalamaları arasında anlamlı bir fark bulunmuştur [$F(4,351)= 5,275$, $p<0,05$]. Bu bulguya göre eşit ağırlık ve sayısal grup öğrencilerinin diğer gruplara göre kamu spotlarına karşı farkındalık düzeylerinin daha iyi olduğu, bu grup içinde de eşit ağırlık grubundaki öğrencilerin en iyi olduğu söylenebilir. Başka bir ifade ile eşit ağırlık grubundaki öğrencilerin kamu spotlarına diğer gruplardan daha duyarlı oldukları söylenebilir.

Kamu spotlarının etkililiği konusunda araştırmaya katılan öğrencilerin genel anlamdaki görüşleri “kararsız” düzeyindedir ($\bar{X}= 3,28$; “Kararsız”). Bütün bölümlerin ortalamaları açısından bakıldığında öğrencilerin kararsızlık düzeyinde oldukları, ne daha aşağıda ne de daha yukarıda bir görüşe sahip olan herhangi bir alan olmadığı görülmektedir. Etkililik konusunda ortalamaların birbirine yakın olduğu, buna karşın belirli bir oranda farkın olduğu görülmektedir. Yapılan ANOVA testi sonucuna göre de Eşit Ağırlık ve Sayısal arasında anlamlı bir fark bulunmuştur [$F(4,351)= 2,524$, $p<0,05$].

Elde edilen verilere kamu spotlarına ilişkin öneriler konusunda bölümler açısından bakıldığında, öğrencilerin kısmen katıldıkları görülmektedir ($\bar{X}= 4,15$; “Kısmen Katılıyorum”). Yapılan ANOVA testi sonucuna [$F(4,351)= 3,137$, $p<0,05$] ve yapılan TUKEY testine göre diğer değişkenlerde olduğu gibi burada da eşit ağırlık ve sayısal öğrencileri arasında anlamlı bir farklılık bulunmuştur. Öneri boyutunda da önerilere en çok katılanların eşit ağırlık grubu olduğu, bu anlamda diğer bölümlerden belirgin biçimde ayrıldıkları söylenebilir. Bir başka ifadeyle eşit ağırlık öğrencileri kamu spotlarına ilişkin yapılan önerileri diğer bölümlere göre daha çok dikkate alarak önemsedikleri söylenebilir.

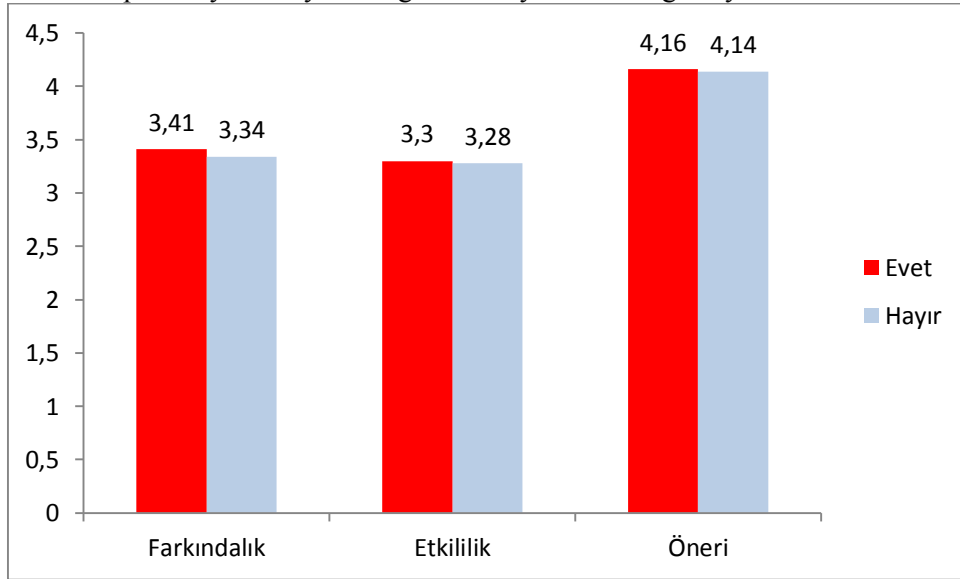


Grafik 5 Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarının Alanlara Göre Ortalamaların Dağılımı

Tablo 6: Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarını Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olma Değişkenine Göre T Testi Sonuçları

	STK	N	Ortalama	S.sapma	sd	t	p
Farkındalık	Evet	28	3,48	0,69	354	1,045	0,297
	Hayır	328	3,35	0,62			
Etkililik	Evet	28	3,26	0,56	354	0,288	0,774
	Hayır	328	3,28	0,49			
Öneri	Evet	28	4,25	0,53	354	0,918	0,359
	Hayır	328	4,14	0,62			

Araştırmaya katılan öğrencilerin %7,9'u (25 kişi) bir sivil toplum kuruluşuna üyedir. Bir sivil toplum kuruluşuna üye olan öğrencilerin farkındalık ortalamaları $\bar{X}= 3,48$; “Kısmen Katılıyorum”, etkililik boyutunda $\bar{X}= 3,26$; “Kararsızım” ve öneri boyutunda $\bar{X}= 4,25$; “Katılıyorum” düzeyinde olduğu görülmektedir. Evet ve hayır görüşüne sahip olan öğrencilerin ortalamaları karşılaştırıldığında anlamlı bir fark bulunamamıştır. Yani bir sivil toplum kuruluşuna üye olmak öğrencilerin kamu spotlarına olan farkındalık ve bunların etkililiği konusundaki görüşlerini artırmamaktadır. Buna karşılık farkındalık ve öneri boyutunda, üye olan öğrencilerin ortalamalarının nispeten üye olmayanlara göre daha yüksek olduğu söylenebilir.

**Grafik 6** Sivil Toplum Kuruluşuna Üye Olanların Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarına Ait Ortalamaların Dağılımı**Tablo 7:** Aktif Spor Yapan Öğrencilerin Dağılımı

	N	%
Evet	113	31,7
Hayır	243	68,3
Toplam	356	100,0

Turkish Studies

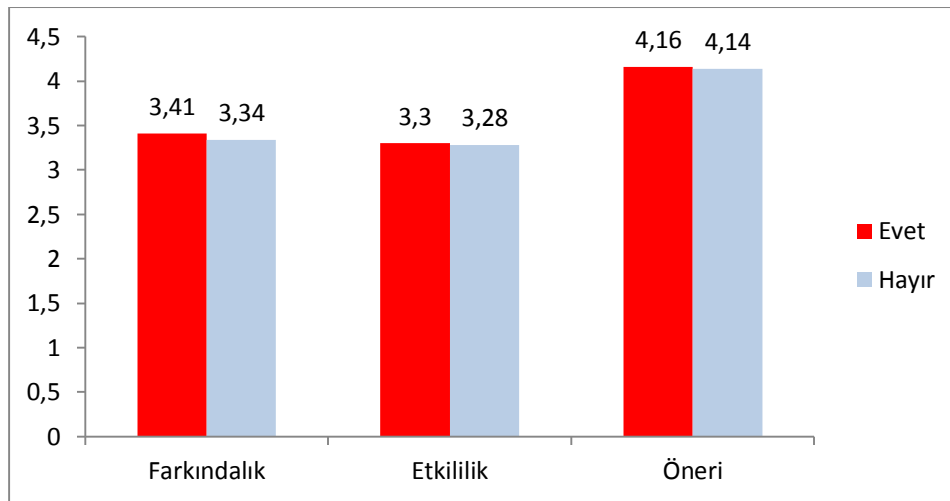
International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015



Tablo 7'ye göre 356 öğrencinin %31,7'si (113 kişi) aktif spor yaparken, %68,3'ü (243) aktif spor yapmamaktadır. Bu öğrencilerin ölçekten aldıkları puanların karşılaştırması aşağıdaki tabloda verilmiştir.

		N	Ortalama	S.sapma	sd	t	p
	Spor		a				
Farkındalık	Evet	113	3,41	0,60	354	,950	354
	Hayır	243	3,34	0,63			
Etkililik	Evet	113	3,30	0,46	354	,365	354
	Hayır	243	3,28	0,51			
Öneri	Evet	113	4,16	0,54	354	,336	354
	Hayır	243	4,14	0,64			

Araştırmaya katılan öğrencilerin farkındalık puan ortalamaları $\bar{X}= 3,41$ (Kısmen Katılıyorum), etkililik ortalamaları $\bar{X}= 3,30$ (Kararsızım) ve öneri ortalamaları $\bar{X}= 4,16$ (Kısmen Katılıyorum) olarak hesaplanmıştır. Bu ortalamalar arasında anlamlı fark olmadığı görülmektedir. Aktif spor yapan öğrencilerin kamu spotlarına yönelik farkındalık, etkililik ve öneriler konusundaki düşünceleri birbirlerinden ayrılmamaktadır, bir başka ifade ile spor yapan ve yapmayan öğrenciler bu üç özellik konusunda aynı düşünmektedirler, spor yapmak bu öğrencilerin düşüncelerini değiştirmemiştir, denebilir.



Grafik 7 Aktif Spor Yapanların Üye Olanların Farkındalık, Etkililik ve Öneri Boyutlarına Ait Ortalamaların Dağılımı

2. Yarı Yapılandırılmış Görüşmelerden Elde Edilen Bulgu ve Yorumlar

Ölçeğin uygulandığı öğrencilerden gönüllü ve istekli olan 28 öğrenci ile birebir görüşmeler gerçekleştirilmiştir. Öğrencilere yöneltilen “*Kamu spotlarının daha etkili olması için öneri ve görüşleriniz nelerdir, sizce daha etkili/faydalı nasıl olabilir?*” sorusuna verilen cevaplar ve cevaplardan hareketle geliştirilen yeni soru ve cevaplar öncelikle kayda alınmış, sonrasında tüm kayıtlar olduğu gibi yazıya aktarılmış, birbiri ile örtüşen ifadeler ayrılmış, belirli temalar oluşturulmuş, temalar uzman görüşüne sunulmuş ve gerekli düzeltmelerden sonra elde edilen veriler betimsel analiz yöntemiyle incelenmiştir. Yapılan analiz sonucunda öğrenci görüşlerinin “**format**” ve “**içerik**” başlıkları altında temalandığı tespit edilmiştir.

“Format” teması altında değerlendirilmeye alınan öğrenci görüşlerinden bazıları şunlardır:

Madde bağımlısı olmanın zararlarından çok, olmamanın faydaları yansıtılmalı. (Ö10)

İç karartıcı temalar ve ağır müzikler kullanılmamalı. (Ö24)

Kamu spotlarının amacı korkutma yerine, madde bağımlılığına karşı bilinçlendirmeye yönelik olmalı. (Ö6)

Halkın değerini kazanmış sanatçılarla birlikte daha renkli ve ilgi çekici olabilir. (Ö16)

Her kanalda aynı anda ve daha sık gösterilmeli. (Ö1)

Daha çok günlük hayattan örnekler verilmeli. İzleyici ‘evet ben de bunu yaşıyorum’ demeli. ‘Zorunlu Yayın’ ibaresi değiştirilmeli. (Ö27)

Caddelerde ve AVM’lerde konuya yönelik uygulamalı çalışmalar yapılmalı. (Ö21)

Kamu spotları korkutma amacıyla olmamalı ve ‘zorunlu yayın’ kelimesi kaldırılmalı. (Ö4)

Yalnızca kurgu olmamalı, AVM’lerde ve caddelerde stantlar kurulup halkla söyleşi yapılmalı. (Ö9)

Korkutmak yerine mizahi bir şekilde anlatılabilir. (Ö20)

Kamu spotlarında ünlü insanlar oynatılarak daha fazla dikkat çekilebilir. (Ö11)

Kamu spotları halka ulaşsa da yeterince somut sonuçlar alınamıyor. Bu yüzden seminerlerle halkla birebir yapılmaları daha etkili olur. (Ö25)

Madde bağımlılığının dini yönünün de üzerinde durulmalı. (Ö13)

Okul, hastane gibi yerlerde, bu konuda bilgili insanlar görevlendirilip halkı bilinçlendirmeli. (Ö2)

Kamu spotlarında zararlı maddelerin gösterilmesinden yana değilim. Çünkü yasak ve zararlı olan her zaman ilgi çeker. (Ö8)

Dizilerde vb. programlarda ürün yerleştirme olarak da yayını yapılmalıdır. (19)

“Zorunlu” yazısı çok itici. Kamu spotları aklıma hep korku ve hastalığı getiriyor. (Ö3)

Kamu spotları madde bağımlılığını sert bir şekilde anlatıyor, biraz da yumuşak bir tavırla anlatılmalı. Mesela, sigara kullanmanın kötü sonuçlarının yanında kullanmamanın güzel sonuçları da gösterilmeli. (Ö18)

Bireyin ilk eğitimi ailede başladığı için aile ve çocuk eğitimi yaygınlaştırılmalı. (Ö17)

Yukarıdaki ifadelerden de anlaşıldığı üzere öğrenciler mevcut kamu spotu sunum formatının etkili olmadığı, bunun yerine format değişikliğine gidilerek yeni sunum tekniklerinin geliştirilmesi gerektiği noktasında görüşlerini ifade etmişlerdir. Bu durum ölçekten elde edilen sonuçlarla örtüşmektedir. Ölçek sonuçlarına göre öğrencilerin öneri boyutunda “katılıyorum” düzeyinde oldukları belirlenmiştir.

“İçerik” teması altında değerlendirilmeye alınan öğrenci görüşlerinden bazıları şunlardır:

Resmi söylemlerden daha uzak ve ilgi çekici olmalı. (Ö25)

Zorlamaya ve korkutmaya yönelik içeriklerden ziyade insanların iç dünyasına hitap eden eğlenceli kamu spotları daha verimli olur. (Ö5)

Bağımlısı olunan maddeyi bıraktıktan sonraki gülüşmeler, mutlu aile tabloları gerçekçi bulunmuyor. Bunun yerine madde bağımlılığından kurtulduktan sonra gerçekten nelerin değiştiğini göstermek daha fazla dikkat çeker.(Ö12)

Bağımlılıktan nasıl kurtulacağımız yerine neden kurtulmamız gerektiği anlatılırsa daha kalıcı olur.(Ö15)

Bireysel zarar veya yararlardan çok aile üzerinde durulmalıdır. Çünkü aile, toplum için çok önemlidir. İnsan, toplumda değer kazanır.(Ö13)

Karanlık ekran ve sıkıcı müzik olmayıp içimiz karartmazsa daha faydalı olur.(Ö14)

Yıllar sonra kanser olma ihtimalinden çok kısa vadede karşılaşılabileceğimiz sorunlar ön planda olmalı.(Ö22)

Daha ürpertici şeyler gösterilirse insanlar üzerindeki etkisi artar.(Ö26)

Süreleri uzatılarak daha verimli sonuçlar elde edilebilir.(Ö23)

Sonuca verilen önem kadar nedene de önem verilmeli.(Ö28)

İçerik teması altında yer alan yukarıdaki ifadeler genel olarak değerlendirildiğinde, görüşme yapılan öğrencilerin mevcut kamu spotlarının *içerik* noktasında yeniden düzenlenmesi gerektiğini, korkutma eksenli içerik yerine izah/ikna temelli içerikler tercih edilmesi gerektiğini vurguladıkları görülmektedir.

Görüşmelerden elde edilen sonuçlara göre mevcut kamu spotlarının etkililik noktasında belirli bir kazanımının olmadığı, öneri boyutunda ise format ve içerik noktasında yeniden ele alınıp düzenlenmesi gerektiği sonucuna ulaşılmıştır.

Tartışma ve Sonuç

Madde ile tanışma ve madde bağımlılığına maruz kalma yaşının ilkökul düzeyine kadar inmiş olması tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de bu durumu önemsenen bir unsur haline getirmiştir. Bağımlılıkla mücadele farklı kurumlar ve çok çeşitli argümanlarla gerçekleştirilmeye çalışılmaktadır. Kamu spotları da bu argümanlardan biridir. Madde bağımlılığı konulu kamu spotlarının lise öğrencilerinin görüşlerine göre değerlendirilmesi amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada kamu spotlarının etkililiği araştırılmaya çalışılmıştır.

İki boyutlu olarak tasarlanan çalışmanın nicel boyutunu araştırmacılar tarafından geliştirilen ölçek, nitel boyutunu ise çalışmaya katılan öğrencilerle yapılan yarı yapılandırılmış görüşmeler oluşturmaktadır. Ölçekten elde edilen verilerin incelenmesi sonucunda genel olarak lise öğrencilerin farkındalık ve etkililik boyutunda “**kararsız**” düzeyde, öneri boyutunda ise “**katılıyorum**” düzeyinde oldukları belirlenmiştir. Ölçeğin genelinden elde edilen sonuçlar ile alt boyutlarından elde edilen sonuçlar birbiri ile örtüşmektedir. Cinsiyet değişkenine göre kız ve erkek öğrencilerin puan ortalamalarının bir birine çok yakın olduğu, her iki grubun puanlarının farkındalık, etkililik ve öneri boyutlarında belirgin biçimde farklılaşmadığı tespit edilmiştir. Sınıf değişkenine göre öğrencilerin kamu spotlarına yönelik farkındalık ve etkililik boyutunda hemen hemen aynı düşünceye sahip oldukları, öneri boyutunda ise düşüncelerinin farklılaştığı belirlenmiştir. Alan değişkenine göre öğrencilerin kamu spotlarının etkililiği ve farkındalığı konusunda görüşleri “**kararsız**” düzeyde iken, öneri boyutunda öğrencilerin kısmen katıldıkları tespit edilmiştir. Öneri boyutunda da önerilere en çok katılanların eşit ağırlık grubu olduğu belirlenmiştir. Sivil toplum kuruluşuna üye olmanın öğrencilerin kamu spotlarına olan farkındalık ve etkililik konusundaki görüşlerini artırmadığı tespit edilmiştir. Buna karşılık farkındalık ve öneri boyutunda, üye olan öğrencilerin ortalamalarının nispeten üye olmayanlara göre daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Aktif spor yapan öğrencilerin kamu spotlarına yönelik farkındalık, etkililik

Turkish Studies

*International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015*



ve öneriler konusundaki düşünceleri birbirlerinden ayrılmadıkları, bir başka ifade ile spor yapan ve yapmayan öğrencilerin bu üç özellik konusunda aynı düşündükleri, spor yapmanın öğrencilerin düşüncelerini değiştirmede sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak bakıldığında ise sınıf, yaş, alan, sivil toplum kuruluşlarına üyelik ve düzenli spor yapıp/yapmama değişkenlerine göre gruplar arasında belirgin bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir.

Yarı yapılandırılmış görüşmelerin betimsel analizi sonucunda, öğrencilerin bağımlılık konulu kamu spotlarının format ve içerik noktasında yeniden düzenlenmesi gerektiği noktasında görüş beyan ettikleri tespit edilmiştir. Yani öğrenciler mevcut kamu spotlarının daha etkili olabilmesi için format ve içerik noktasında belirli düzenlemelere gidilerek yeniden düzenlenmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Lise öğrencileri bağımlılık konulu kamu spotlarının etkililiği ve farkındalığı konusunda “kararsız” düzeyde bir görüş belirtirken, öneri ve değerlendirme boyutunda “katılıyorum” düzeyinde bir görüş belirtmişlerdir. Bu noktadan hareketle çalışmanın nicel boyutundan (ölçekten) elde edilen sonuçlar ile nitel boyutundan (yarı yapılandırılmış görüşmelerle) elde edilen sonuçların birbirini desteklediği tespitinde bulunulabilir.

Ünal ve arkadaşları tarafından yapılan çalışmanın sonuçları bu çalışmanın sonuçları ile çelişmektedir. 1434 lise öğrencisi ile gerçekleştirilen çalışmada öğrencilerin %7,2 si kamu spotlarından etkilenecek sigarayı bıraktıklarını, %25,6 sı ise sigarayı azalttığını belirtmişlerdir. Bu çalışmada ise lise öğrencileri kamu spotlarının etkililiği noktasında kararsız düzeyde olduklarını ifade etmişlerdir.

Yukarıdaki sonuçlardan hareketle Kamu spotlarının etkililiğine yönelik olarak aşağıdaki öneriler geliştirilmiştir:

- Kamu spotlarında “format” ve “içerik” noktasında yeni düzenlemelere gidilmesi gerekmektedir.
- Korkutma eksenli içerik yerine izah/ikna temelli içerikler tercih edilmelidir.
- Sonuçlar yerine sebepler üzerinde durulmalı, kurgu buna göre oluşturulmalıdır.
- Resmi söylemlerden daha uzak ve ilgi çekici olmalıdır.
- “Zorunlu Kamu Spotu” ibaresi bireyde iticiliğe sebep olduğundan bu kavram yerine başka bir argüman geliştirilmelidir.
- Korkutma yerine mizahi bir sunum tarzı daha etkili olabilir.
- Kamu spotlarında ünlü insanlar oynatılarak daha fazla dikkat çekilebilir.
- İç karartıcı temalar ve ağır müzikler kullanılmamalıdır.

KAYNAKÇA

- BABAOĞLU, N.A. (1997). *Uyuşturucu ve Tarihi. (1. Baskı)*. Ankara: Kaynak Yayınları
- BEKTAŞ, H. (1991). *Uyuşturucu Batağı*. İstanbul: Milliyet Yayınları.
- BÜYÜKÖZTÜRK, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı: İstatistik Araştırma Deseni SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Ankara: PegemA Yayıncılık.
- IŞIK, M., ERDAL, H. (2015). *Türkiye’nin Madde Kullanımı ve Bağımlılığı ile Mücadele Politikasının Değerlendirilmesi ve Yeni Bir Model Önerilmesi*, Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 10/2 Winter 2015, p. 461-482, ISSN: 1308-2140, DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.7552>, ANKARA-TURKEY.
- KOM (2003), *Uyuşturucu ve Kimyasal Maddeler*, Ankara, Erişim Tarihi 1 Ocak 2015

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015



KIZILKOYUN, F. (28.12.2014). 2014 Türkiye uyuşturucu raporunda korkutucu rakam. Hürriyet, <http://www.hurriyet.com.tr/gundem/27852252.asp>

MECLİS ARAŞTIRMASI KOMİSYON RAPORU, (Kasım, 2008). *Uyuşturucu Başta Olmak Üzere Madde Bağımlılığı ve Kaçakçılığı Sorunlarının Araştırılarak Alınması Gereken Önlemlerin Belirlenmesi Amacıyla Kurulan Komisyon*, TBMM, Ankara.

ÖZMEN, F., ve KUBANÇ, Y. (2013). *Liselerde Madde Bağımlılığı – Mevcut Durum ve Önerilere İlişkin Okul Müdürleri ve Öğretmenlerin Bakış Açıları*, Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 8/3, Winter 2013, p. 357-382, ANKARA-TURKEY

URAL, A., ve KILIÇ, İ. (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.

ÜNAL, E., GÖKLER, E. M., METİNTAŞ, S. KALYONCU, C. (2013). *Lise Öğrencilerinde Sigara İle İlgili Kamu Spotlarını Değerlendirme Özellikleri*. 16. Halk Sağlığı Kongresi, Antalya.

<http://www.slideshare.net/AycaKandemir/kamu-spotu-40868525>

EK: Çalışmada kullanılan ölçek

FARKINDALIK		Katlıyorum	Kısmen Katlıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Hiç Katılmıyorum
1	Kamu spotları dikkatimi çeker.					
2	Televizyon, internet ve radyoda kamu spotlarıyla karşılaşırım.					
3	Kamu spotu denince aklıma bağımlılıktan kurtulma ile ilgili kısa filmler gelir.					
4	Kamu spotu hakkında yeterli bilgiye sahibim					
5	Bazı ortamlarda (arkadaş-aile-okul) kamu spotlarını değerlendiririm.					
6	Kamu spotları hakkında yeterli bilgiye sahip değilim					
7	Arkadaşlarıma tavsiye ettiğim kamu spotları olmuştur.					
8	Koyu bir ekran, ağır bir müzik bana kamu spotunu anımsatır.					
9	Yayınlanan herhangi bir kamu spotu ilgimi çeker.					
ETKİLİLİK		Katlıyorum	Kısmen Katlıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Hiç Katılmıyorum
1	Kamu spotlarında verilen numaraları aradığım olmuştur.					

2	Kamu spotlarının gerekliliğine inanıyorum.					
3	Kamu spotlarının faydalı olduğuna düşünüyorum.					
4	Kamu spotlarının içeriği çokta tatmin edici değil.					
5	Kamu spotlarında vurgulanan tema beni etkiler					
6	Kamu spotlarının varlığı veya yokluğu benim için bir şey ifade etmiyor.					
7	Kamu spotlarının içeriğini yaratıcı buluyorum.					
8	Kamu spotlarının rahatsız edici olduğunu düşünüyorum.					
9	Kamu spotlarında "anlık fayda ve etki" olduğu düşüncesindeyim.					
10	Kamu spotlarındaki anlık faydanın sürdürülebilir olduğunu düşünüyorum.					
11	Kamu spotlarında verilen mesajın ilgi çekici ve düşündürücü olduğunu söyleyebilirim.					
12	Kamu spotları durum tespitinden öteye geçmiyor.					
13	Kamu spotlarının insanları bilinçlendirmede etkili bir yol olduğunu düşünüyorum.					
14	Kamu spotları amacına ulaşmaktadır.					
15	Kamu spotlarını izledikten sonra hayatımda olumlu yönde bir değişim olduğunu söyleyebilirim.					
16	Kamu spotlarında verilen mesajı net olarak anlayabiliyorum					
ÖNERİ ve DEĞERLENDİRME		Katlıyorum	Kısmen Katlıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Hiç Katılmıyorum
1	Kamu spotlarının daha ilgi çekici olarak tasarlanması gerekir.					
2	Kamu spotlarının korkutma üzerine değil de fayda üzerine oluşturulması gerektiğini düşünüyorum					
3	Kamu spotları daha ilgi çekici ve düşündürücü hazırlanabilir.					
4	Kamu spotlarında yeni yöntemler geliştirilmesi kanaatindeyim.					
5	Eğlenceli ve akılda kalıcı ifadeler (sloganlar) daha etkili olabilir.					
6	Kamu spotları "Niçin" sorusunun cevabını vermiyor.					
7	Korkuları tahrik etmenin etkileyici bir yol olduğunu düşünmüyorum.					
8	Kamu spotları daha çok "sonuç"lar üzerinde duruyor.					
9	Yayın başlangıcında ve sonunda "zorunlu" denmesi bence çok itici.					

Citation Information/Kaynakça Bilgisi

BALCI, S., GÜLVEREN, H., BALCI, M., Madde Bağımlılığı Konulu Kamu Spotlarının Lise Öğrencilerince Değerlendirilmesi, *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 10/6 Spring 2015, p. 287-306, ISSN: 1308-2140, www.turkishstudies.net, DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.8092>, ANKARA-TURKEY

Turkish Studies

International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic
Volume 10/6 Spring 2015

